

Perfil del Mercado del Turismo

# ESPAÑA

Documento elaborado por Oficina Comercial de  
Chile en Madrid, España

Agosto, 2011

pro|CHILE

# I. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO TURÍSTICO

De acuerdo al Barómetro del Turismo Mundial de la OMT, el turismo internacional se recuperó fuertemente en 2010. Un 7% subieron las llegadas de turistas internacionales tras el descenso del 2009 del 4%, año peak de la crisis económica mundial. Este crecimiento positivo también lo demuestran los primeros meses del 2011, creciendo un 5% consolidando el repunte del año 2010<sup>1</sup>, llegando esta recuperación a diferentes velocidades impulsada por principalmente por las economías emergentes.

El turismo mundial continúa consolidando la recuperación del 2010, según la OMT pese a los efectos de los acontecimientos recientes en Oriente Medio y el Norte de África, así como los trágicos sucesos en el Japón.

Para el sector turismo, los efectos de la crisis han ido desvaneciéndose en Europa (+3%), habiendo sido la región más afectada, por el cierre del espacio aéreo en abril y la incertidumbre en torno a la economía no ha ayudado a acelerar la recuperación de la región. Los sobresalientes resultados de grandes destinos, como Alemania (+11%) y Turquía (+6%), así como de algunos emergentes (como los Balcanes y el Sur de Cáucaso) contrastan con el crecimiento medio europeo.

---

<sup>1</sup> Barómetro OMT del Turismo Mundial – julio 2011

### Los 50 Mayores Mercados Emisores del Mundo

País	Gasto *	Variación	País	Gasto *	Variación
Alemania	77,7	+0,7	Irán	9,1	-
EEUU	74,6	+1,9	Dinamarca	8,6	+2,2
China	54,9	+25,6	Polonia	8,1	+7,4
Reino Unido	48,6	-2,4	Malasia	7,9	+10,8
Francia	39,4	+7,6	Irlanda	7,7	-7,3
Canadá	29,5	+10	México	7,3	+3,2
Japón	27,9	+4	Kuwait	6,7	+4,3
Italia	27,1	+2	Indonesia	6,4	+20,9
Rusia	26,5	+26,8	Sudáfrica	5,6	+18,1
Australia	22,5	+9	Thailandia	4,9	+5,1
Arabia Saudí	21,1	+3,5	Argentina	4,9	+8,8
Holanda	19,6	-0,2	Turquía	4,8	+16,4
Bélgica	18,8	+10	Finlandia	4,2	+1,1
Corea del Sur	17,7	+17,5	Nigeria	4,1	-
Hong Kong	17,5	+12,2	Rep. Checa	4,1	-0,2
España	16,8	+4,8	Libano	4	-
Singapur	16,7	+4,8	Portugal	3,9	+8,9
Brasil	16,4	+50,7%	Ucrania	3,7	+12,4
Noruega	14,4	+9,1	Luxemburgo	3,6	+3,2
Suecia	13,4	+5,9	Israel	3,4	+17,4
Emir. Árabes	11,8	+14,2	Filipinas	3,4	+38,7
Suiza	10,9	-1,1	Nueva Zelanda	3	+3
India	10,6	+7,8	Hungría	3	-15,1
Austria	10,2	-0,3	Grecia	2,9	-11,1
Taiwan	9,4	+20	Egipto	2,2	-11,8

Fuente: OMT

\* Gasto en viajes en el extranjero en 2010.

Cifras en miles de millones de dólares

\*\* Variación interanual en %

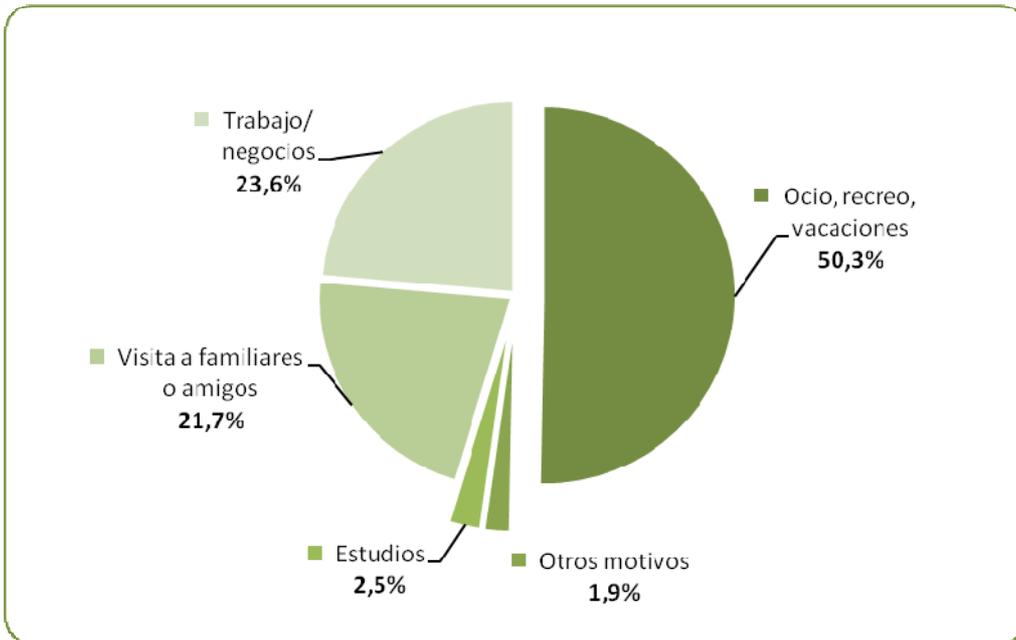
La actividad turística, de vital importancia para España, se ve influida por la coyuntura económica, según la balanza de pagos del Banco de España, los ingresos por turismo extranjero - el gasto realizado en España por los visitantes extranjeros cuando consumen en hoteles, restaurantes, tiendas, atracciones, transportes, etc. - alcanzó la cifra de 39.595 MM € el año 2010, creciendo un 3,9% en el turismo receptor.

En 2010<sup>2</sup>, los residentes en España realizaron 13,5 millones de viajes, lo que ha supuesto un incremento del 5,4% respecto al año anterior. Este buen comportamiento, unido al descenso de los viajes dentro de las

<sup>2</sup> Fuente: Instituto de Estudios Turísticos - *abril de 2011*. - Los datos desde enero hasta septiembre son definitivos, mientras que los de octubre se sustentan con dos submuestras, los de noviembre, con una y diciembre con la encuesta telefónica (CATI) a una submuestra. Se trata por tanto de datos provisionales.

fronteras, ha provocado un incremento en la presencia de los viajes emisores sobre el total, hasta alcanzar el 8,3%.

**Viajes Emisores de los Residentes en España,  
según Motivo<sup>3</sup>**  
Año 2010



<sup>3</sup> Fuente: IET. Movimientos turísticos de los residentes en España. Familitur.

## II. TAMAÑO DEL MERCADO:

- **Total de habitantes:**

La población española sobrepasa los 47 millones de habitantes, con una densidad media de 91,2 habitantes por km<sup>2</sup>. Las grandes áreas metropolitanas son Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Zaragoza, Bilbao.

El número de mujeres es siempre superior al de los hombres en todos los países de la Unión Europea. En España, hay 102,4 mujeres por cada 100 hombres. La esperanza de vida en España es una de las mayores del mundo (81 años aprox.). De ahí que el 15% de la población tenga menos de 15 años, mientras un 16,1% supera los 65. Aun así, la población española sigue siendo relativamente joven si se compara con la de otros países de Europa.

En 2010, de la población total residente en España, el 87,8% es española y el 12,2% corresponde a extranjeros.

<b>Total de Habitantes en España</b>	<b>47.021.031 hab.</b>
<b>Nº de Habitantes de las 5 Principales Ciudades:</b>	
Madrid	6.458.684 hab.
Barcelona	5.511.147 hab.
Valencia	2.581.147 hab.
Alicante	1.926.285 hab.
Sevilla	1.917.097 hab.
<b>Tasa de Crecimiento de la Población (Último dato oficial 2009)</b>	<b>1,70%</b>
<b>Distribución de la Población por Edad</b>	
0-15 años	7.371.820 hab.
16-44 años	20.016.759 hab.
45-64 años	11.701.288 hab.
65 años y más	7.931.164 hab.
<b>Distribución de la Población por Sexo</b>	
Hombres	49,4% (23.226.185 hab.)
Mujeres	50,6% (23.794.846 hab.)

- **Feridos nacionales y promedio de vacaciones:**

Dada la configuración administrativa de España por Comunidades Autónomas, las 17 CC.AA. poseen diferentes fiestas no laborables con un total por año de 14 días, algunos de ellas son comunes para todo el territorio de acuerdo a la siguiente tabla:

DÍA	DESCRIPCIÓN	DÍA	DESCRIPCIÓN
1 de enero	Año Nuevo	12 de octubre	Fiesta Nacional de España
6 de enero	Epifanía del Señor	1 de noviembre	Todos los santos
21 de abril	Jueves Santo (en toda España, excepto en Cataluña)	6 de diciembre	Día de la constitución
22 de abril	Viernes santo	8 de diciembre	La Inmaculada Concepción
1 de mayo	Fiesta del trabajo	25 de diciembre	Navidad
15 de agosto	Asunción de la Virgen		

Fuente: BOE

Para ver por los feriados por Comunidad para el año 2011, visitar:

<http://www.boe.es/boe/dias/2010/10/15/pdfs/BOE-A-2010-15722.pdf>

- Principales destinos:

#### Viajes Emisores de los Residentes en España según Destino - 2010<sup>4</sup>

	Número de Viajes	% Variación Interanual	% Vertical
<b>Total Turismo Emisor</b>	<b>13.585.628</b>	<b>5,8</b>	<b>100 %</b>
<b>EUROPA</b>	<b>10.516.715</b>	<b>23,0</b>	<b>77 %</b>
Francia	2.752.764	-4,9	20 %
Portugal	1.566.301	11,2	12 %
Italia	1.449.868	21,3	11 %
Reino Unido	937.983	5,5	7 %
Alemania	780.913	17,9	6%
<b>AMÉRICA</b>	<b>1.393.093</b>	<b>-9.2</b>	<b>10%</b>
América del Sur	1.009.771	-13,0	7%
América del Norte	383.322	2,4	3%
<b>ÁFRICA</b>	<b>1.250.377</b>	<b>12,8</b>	<b>9%</b>
Marruecos	879.014	14,8	6%
<b>ASIA</b>	<b>409.721</b>	<b>23,0</b>	<b>3%</b>

Para analizar el desglose por destino en América, solo se dispone de cifras 2009 (de carácter oficial), año que es variable al comportamiento 2010 en valores pero no en preferencia.

<sup>4</sup> Instituto de Estudios Turísticos.

Es así que particularmente hacia América, se estima que en 2009 España generó unos dos millones de viajes hacia las Américas. América del Norte es el primer destino de los españoles en las Américas: los Estados Unidos captan el 37% del total y México un 11%. República Dominicana recibió el 12% del turismo emisor español. En América del Sur, Brasil tiene una cuota de mercado del 9% y Argentina del 6%.

- **Métodos de reserva:**

Los viajeros españoles cada vez utilizan más los medios online para planificar sus viajes. Así lo demuestra el estudio ejecutado por Lookinside.travel<sup>5</sup> que indica que en el 2010, tres de cada cuatro pasajeros (74%) que realizaron el proceso de compra a través de una OTA (agencias de viajes on line) reservaron finalmente con la aerolínea, comparando con el 52% de 2009.

En el caso de un paquete vacacional es ligeramente menos frecuente. Un cuarto de los encuestados en el citado estudio, reservó su último viaje de este modo en 2010 frente al 29% del año anterior.

La influencia de la agencia de viajes está disminuyendo.

**Influencia de los Medios de Comunicación Online y Offline para el Último Viaje<sup>5</sup>**

MEDIOS OFFLINE		MEDIOS ONLINE	
2009	2010	2009	2010
26 %	24%	51 %	62%
21%	17%	49%	59%
<b>RESERVAS</b>			
43 %	33%	57 %	67%

Fuente: lookinside.travel

- ✓ **Dónde compran:**

<b>Agencias de viaje</b>	<b>47%</b>
<b>Directo líneas aéreas o buses</b>	<b>26%</b>
<b>Internet</b>	<b>26%</b>
<b>Otros</b>	<b>2%</b>

<sup>5</sup> Estudio: "Estudio sobre el viajero español edición 2010"

✓ **Dónde se informan:**

Según Turismo Chile- SERNATUR los medios para informarse de los españoles son:

MEDIO	%
Ya estuvo	48%
Internet	40%
Familia y amigos	34%
Agencia viajes	19%
Medios comunicación	9%
Revistas	8%
Ferías	0%
Otros	24%

De acuerdo al IET<sup>6</sup>, a la hora de planificar los viajes al extranjero, un 46,2% de los turistas utilizaron Internet, tanto para buscar información como para reservar y/o pagar algún servicio.

El uso de Internet en este tipo de viajes fue sobre todo para la búsqueda de información, pues se dio en un 95,8% de los casos que usaron Internet en la planificación del viaje. También fue muy elevado el porcentaje de los que usaron Internet para realizar una reserva: 77,8%. Por último, el 55,1% efectuó el pago final de algún bien o servicio turístico a través de la red.

Las webs low cost se perciben como el canal idóneo para encontrar precios más económicos.

Algunos de los principales operadores online de España son e-Dreams, Viajar.com, Rumbo, Lastminute.com, Atrápalo, Iberia, Guía Michelin y Muchoviaje.com.

✓ **Duración de la estadía por destino:**

Los viajes tuvieron el año 2010 estancias promedio de 17,2 días.<sup>7</sup>

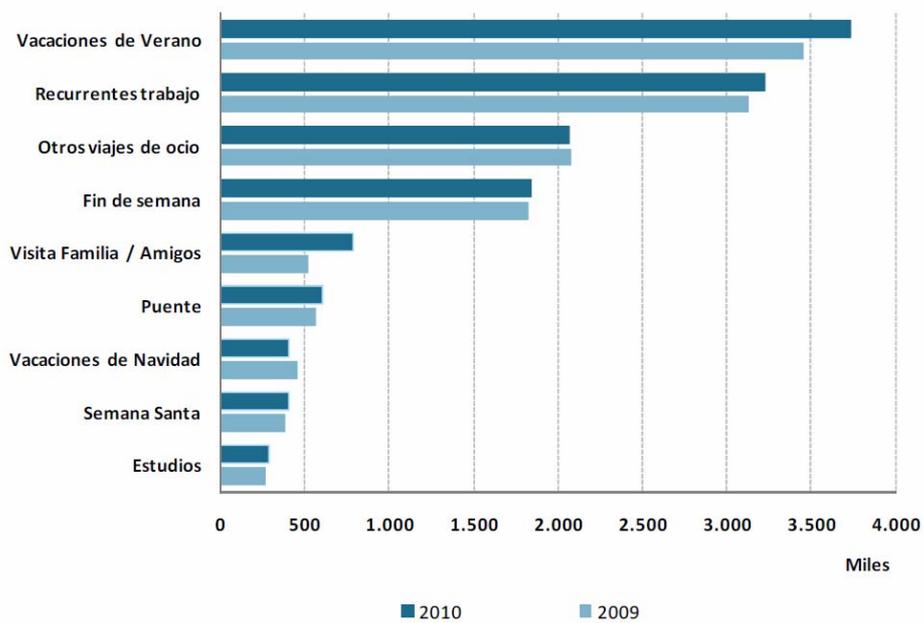
✓ **Fluctuación estacional :**

El 74,3% de los españoles realiza entre uno y tres viajes al año, con una duración conjunta no superior a los 30 días. Promedio de 19 días.

<sup>6</sup> Instituto de Estudios Turísticos de España – Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

<sup>7</sup> SERNATUR: Estadísticas Turismo: mayo 2011

**Viajes de los Residentes en España, según Tipo de Viaje**  
Años 2009 y 2010. Datos absolutos.



✓ **Época de viaje:**

En términos generales a América los españoles concentran sus viajes en la temporada alta local (julio + agosto + septiembre: 36%) y lo preparan con una antelación de uno a tres meses para planificar las vacaciones de verano.

Para el turismo receptivo de Chile de ciudadanos españoles la mayor concentración se presenta entre los meses de octubre a enero de cada año, de acuerdo a los datos de ingresos de Aduanas y SERNATUR.

**Llegadas de Turistas Españoles<sup>7</sup>**  
Años 2009 y 2010



# III. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

## 1. CIFRAS CLAVES

La información que se ofrece en esta sección se obtiene a partir de los registros facilitados por la Policía Nacional de España, quienes recogen los flujos de personas, residentes y no residentes, que han cruzado las fronteras españolas con destino u origen en un país no perteneciente al área Schengen (España, Francia, Italia, Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Grecia, Holanda, Islandia, Luxemburgo, Portugal, Suecia y Noruega).

**Salida de Españoles por Comunidad Autónoma.**  
Año 2010 - Datos definitivos.

Comunidad	Absoluto	% Vertical	Tasa Variación
<b>Total</b>	<b>26.967.820</b>	<b>100 %</b>	<b>9,0</b>
Andalucía	10.404.993	38,6 %	32,0
Aragón	28.130	0,1 %	12,3
Asturias (Pr. de)	31.797	0,1 %	6,1
Baleares (Illes)	76.815	0,3 %	203,8
Canarias	4.440.667	16,5 %	17,8
Cantabria	39.307	0,1 %	5,9
Cataluña	3.452.550	12,8 %	-13,3
Comunidad Valenciana	984.244	3,6 %	463,4
Galicia	78.578	0,3 %	6,3
Madrid (C. de) <sup>8</sup>	0	0 %	
Murcia (Región de)	10.415	0 %	-32,6
País Vasco	185.394	0,7 %	6,8
Ceuta y Melilla	7.234.930	26,8 %	-15,5

Fuente: Comisaría General de Extranjería y Documentación.

<sup>8</sup> Datos de Madrid-Barajas no disponibles.

Nota: se hace ver que las cifras mostradas corresponden a salidas en fronteras, las cuales no necesariamente son por motivos turísticos.

✓ **Evolución del número de turistas españoles recibidos en Chile:**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	% Variación 09-10
Chile	60.078	62.201	68.557	61.551	56.212	53.372	-5,05

Fuente: OMT y SERNATUR

✓ **Caracterización del turista español y el mercado:**

En 2009, últimos datos oficiales disponibles, los españoles hicieron 12,9 millones viajes al extranjero (8% del total de viajes), y gastaron unos 12.000 millones de euros (unos 17.000 millones de dólares). Gastaron una media de 1.458 euros/persona en viajes. (El 63,7% realizó un gasto inferior a 1.500 euros).

Tamaño del mercado español, representa:

- 2% del gasto turístico del mundo
- 4% del gasto turístico europeo
- 28% del gasto turístico de Europa Mediterránea.

✓ **Cuánto gastan:**

El gasto promedio fue de **US\$1.334,6** el año 2009 (10,5% superior al 2008).

España se convirtió en el **primer mercado emisor** de la comunidad Europea hacia Chile en los ingresos de divisas, aportando un total de US\$ 85,2 MM el año 2010.- con un gasto promedio individual de US\$80,8.-

## 2. DESARROLLO DEL TURISMO DE INCENTIVO O DE NEGOCIOS (MICE)

España es el tercer destino mundial en turismo de congresos, con más de 800 sedes equipadas para congresos, con una red hotelera a nivel mundial y calidad de los servicios, por delante de Japón, Reino Unido o Alemania. Más de 12.4777 millones de euros fue el impacto directo del turismo de negocios en España durante el año 2009.

### Las tendencias para el turismo de Congresos Reuniones en 2011<sup>9</sup> en España:

Los viajes de congresos, convenciones e incentivos volverán a crecer el 2011, después de un receso que ha durado 3 años. Los presupuestos para estos viajes siguen contenidos, la competencia se duplica – sobre todo en los destinos emergentes-y la accesibilidad se ha convertido en un factor crítico para cerrar un contrato. El turismo de reuniones se está transformando totalmente debido a 10 tendencias aceleradas por la crisis:

1. Ligeramente repunte de la demanda en 2011
2. Lo mismo por menos
3. Las empresas recapacitan
4. Se acentúan las diferencias entre mercados emisores
5. Accesibilidad del destino pasa a ser factor crítico
6. Congresos médicos al alza; automoción a la baja
7. Internet y redes sociales, determinantes
8. Mercado más abierto
9. Más contrataciones de última hora
10. Micro-operadores expulsados del mercado

### 3. SELECCIÓN DE LOS DESTINOS

#### ✓ Intereses en general y específicos de los españoles:

Motivo del viaje<sup>10</sup>:

32,2 %	Viajes de negocios
32,1 %	Vacaciones
31,4 %	Visita familiar – amigos*
4,3 %	Otros

(\*) Se explica por la cantidad de residentes chilenos en España que viajan a visitar a parientes en Chile.

Tipología de alojamiento: 70,7 % en Hotel.

#### ✓ Preferencia de destinos en los viajes al extranjero de los españoles:

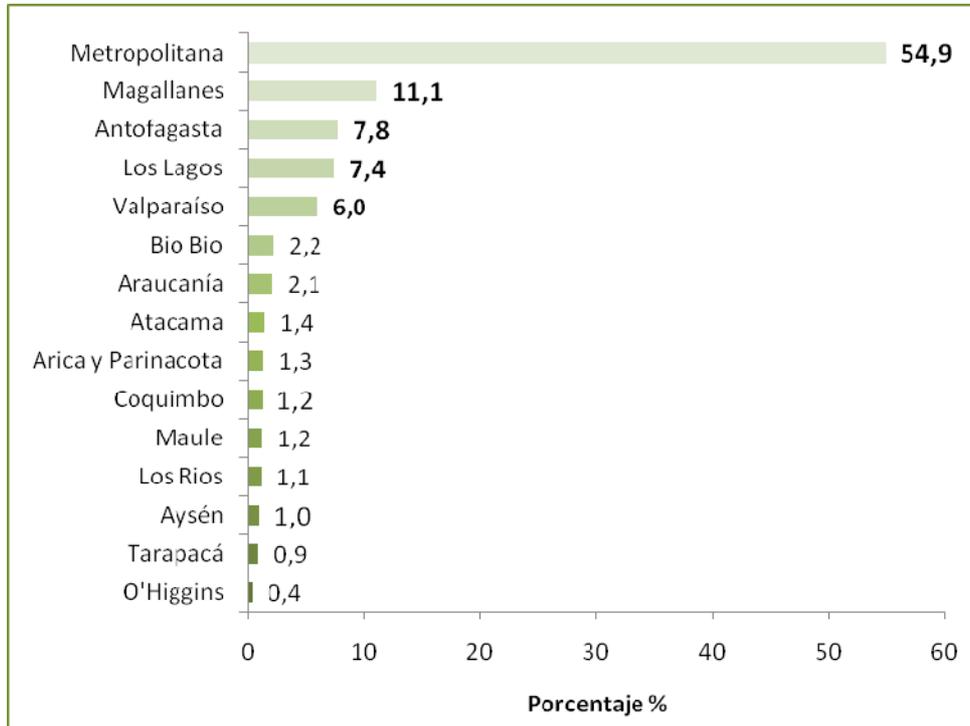
Según el estudio elaborado por la OMT “El Mercado Emisor Español hacia Las Américas” Los países americanos que prefieren los españoles son: Estados Unidos (2,5%), República Dominicana (1,4%) y México (1,3%). Siguen otros países como: Uruguay, Argentina (6%), Ecuador, Brasil (9%), Colombia, Perú y Cuba.

En Chile las preferencias de destinos se concentran en un 87,2% en las regiones Metropolitana, Magallanes, Antofagasta, Los Lagos y Valparaíso.

<sup>9</sup> Fuente: EIBTM, MPI, SITE, GEBTA

<sup>10</sup> SERNATUR: Estudio Comportamiento del Turismo Receptivo año 2009

**Llegada de Pasajeros Españoles a Establecimientos de Alojamiento Turístico, por Región 2010<sup>7</sup>**



Concentrando su viaje en particularmente en las ciudades o destinos como<sup>11</sup>: Santiago, Valparaíso – Viña del Mar, Puerto Montt y Puerto Varas, San Pedro de Atacama, Los Geysers del Tatio, Valle de la Luna, Torres del Paine.

**4. TENDENCIAS ACTUALES DEL TURISMO**

**Aspectos Relevantes para el Sector<sup>12</sup>:**

- Buena parte de los operadores opina que los españoles viajan a un reducido número de destinos y que quedan muchas oportunidades para generar nuevos productos. Con frecuencia se menciona que muchos de los recursos turísticos, e incluso algunos países de la región son auténticos desconocidos para el viajero español.

<sup>11</sup> Datos, Turismo Chile 2010

<sup>12</sup> Secretaría de la Organización Mundial del Turismo (OMT)

- Los factores que más han influido en la elección de destinos han sido: distancia, precios, relación calidad/precio, y calidad de recursos y productos.
- Los aspectos del viaje mejor valorados son: la naturaleza, los elementos culturales, la posibilidad de relacionarse con la población local y conocer sus formas de vida así como la posibilidad de realizar compras (según declaran más del 80% de ellos). Lo que menos les ha gustado a los viajeros españoles ha sido: la distancia, los trámites fronterizos, en algunos países, las infraestructuras, la calidad de los alojamientos y cierta percepción de inseguridad. Disfrutar de la gastronomía y la cocina local (como la visita a bodegas) también desempeña un papel clave para el 64% de los viajeros españoles al exterior.
- Hay cuatro asuntos clave para operar efectivamente en el mercado español: **gestionar** convenientemente **la marca del destino**; proporcionar un **papel clave** a las agencia de viajes; desarrollar una atenta **estrategia de precios**; y considerar la **calidad** del producto como la mejor herramienta de marketing.

El precio es el factor más influyente al escoger destino, y la calidad al confirmar la reserva<sup>13</sup>: en el momento de decidir dónde viajar el turista español presta mayor atención a las ofertas que ofrezcan las compañías del sector (4 sobre 5), antes que al resto de factores influyentes tales como la novedad del destino (3,5 sobre 5), que les haya sido recomendado (3,3) o que disponga de fama reconocida (2,8). Esta actitud de compra es la habitual en una coyuntura de recesión económica.

## 5. PERFIL DEL TURISTA

De acuerdo a las cifras entregadas por la OMT, los turistas españoles gastaron 16.800 millones de dólares en el extranjero el año 2010, lo que significa que España ha bajado dos puestos y pasa a ocupar la posición nº16 en el ranking de mercados emisores.

### Aspectos relevantes para turista español en su viaje al exterior:

- El español no está acostumbrado a viajar al extranjero para sus vacaciones, especialmente las tomadas en el verano. Todavía hay un sentimiento de *"en ninguna parte como en casa"*
- La cultura es la motivación dominante en caso dos de cada tres viajes de ocio al exterior
- Las compras es otra de las actividades favoritas de los españoles cuando viajan al extranjero
- Los españoles muestran un gran interés para contactar con la población local e integrarse -en la medida de lo posible- dentro de su vida cotidiana, tradiciones y rituales
- Valoran mucho la hospitalidad (hasta un cierto límite) y buscan oportunidades con una buena relación calidad-precio
- La barrera del idioma puede ser relevante

<sup>13</sup> Cifras del trabajo de campo "Viajeros españoles 2010 ESADE-Bancotel"

➤ La limpieza es, por lo general, de importancia capital para los españoles

✓ **Perfil etario y socioeconómico**

El perfil etario<sup>5</sup> del turista español:

Rango de Edad	%
0 a 14	<b>1%</b>
15 a 24	3%
25 a 34	<b>26%</b>
35 a 44	<b>33%</b>
45 a 54	<b>24%</b>
55 a 64	12%
65 y mas	2%

El 66 % del turista español corresponde al género masculino y el 34 % al femenino. Con niveles de renta concentrados en<sup>14</sup>: media-alta y alta

<sup>14</sup> Datos OMT – Informe: El Mercado Emisor Español hacia Las Américas

## IV. ESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA DEL MERCADO

España, situada en la Península Ibérica, en el suroeste del continente europeo, ocupa una superficie total de 505.990 km<sup>2</sup>, que le ubica entre los cincuenta países más extensos del mundo y el segundo de mayor tamaño en la UE.

En 1986 España ingresó como miembro de pleno derecho en la Unión Europea, formando parte de un mercado interior único, y una moneda única, el euro desde 1999. Actualmente la UE se compone de 28 Estados miembros.

Capital	Madrid
Organización territorial	El Estado se organiza territorialmente en municipios, provincias y Comunidades Autónomas. Hay 17 Comunidades Autónomas y las 2 Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla.
Unión Europea	Miembro desde 1986

La organización territorial muestra una división provincial y otra, superior, en Comunidades Autónomas. Actualmente existen 17 Comunidades Autónomas: Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla y León, Castilla - La Mancha, Cataluña, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Navarra, País Vasco, La Rioja y Valencia. Además, Ceuta y Melilla se constituyen en dos ciudades con Estatuto de Autonomía. Dentro de éstas están las 50 provincias y los 8.107 municipios.

- España es el 7º mayor exportador y 9º importador de servicios comerciales.
- Es la 11ª economía mundial, en términos de tamaño del PIB, 7º mayor receptor de inversión extranjera directa (IED) a nivel mundial y 8º emisor de inversión extranjera directa (IED).
- Posee una privilegiada localización geográfica dentro de la Unión Europea, contando con más de 10.300 empresas extranjeras establecidas en toda España, de las cuales 75 están entre las multinacionales de las TOP-100 de FORBES. Además esta posición estratégica le da acceso a un mercado de más de 1.200 millones de clientes, donde 47 millones corresponden al mercado nacional, más 500 millones a consumidores europeos, 209 millones de consumidores de los países del Norte de África y por último, como plataforma para América del Sur y Central, con más de 578 millones de consumidores.

A partir de los datos oficiales publicados por el Instituto Nacional de Estadística, del año 2010 se aprecia que el principal sector de actividad es el de servicios, aportando un 65,54% al PIB, destacándose los servicios de mercados (50,69%), seguido por el sector industria con un 11,49%.<sup>15</sup>

A continuación se presenta el desgajado del PIB por sectores<sup>16</sup>:

PIB por ramas de actividad 2010	Millones de Euros	Porcentajes
Agricultura, ganadería y pesca	26.062	2,45%
Energía	29.684	2,79%
Industria	122.132	11,49%
Construcción	97.791	9,20%
Servicios	696.734	65,57%
- Servicios de mercado	538.609	50,69%
- Servicios de no mercado	158.125	14,88%
Impuestos netos sobre los productos	90.188	8,49%
<b>PRODUCTO INTERIOR BRUTO a precios de mercado</b>	<b>1.062.591</b>	<b>100%</b>

▪ **PIB / PIB per Cápita**<sup>17</sup>

Según los datos oficiales Publicados por el INE de Contabilidad Nacional del 2010, el PIB a precios de mercados alcanzó un valor de 1.062.501 millones de euros. Separando el PIB por componentes de la demanda final tenemos:

	Millones de Euros	Porcentajes %
Gasto en consumo final	841.291	79,17%
- Gasto en consumo final de los hogares	610.459	57,45%
- Gasto en consumo final de las ISFLSH	10.057	0,95%
- Gasto en consumo final de las AAPP	220.775	20,78%
Formación bruta de capital fijo	238.667	22,46%
- Bienes de equipo	62.203	5,85%
- Construcción	135.296	12,73%
- Otros productos	41.168	3,87%
Variación de existencias y adquisiciones menos cesiones de objetos valiosos	5.627	0,53%
<b>DEMANDA NACIONAL</b>	<b>1.085.585</b>	<b>102,16%</b>
Exportaciones de bienes y servicios	279.001	26,26%
- Exportaciones de bienes	188.111	17,70%
- Exportaciones de servicios	90.890	8,55%
Importaciones de bienes y servicios	301.995	28,42%
- Importaciones de bienes	234.721	22,09%
- Importaciones de servicios	67.274	6,33%
<b>PRODUCTO INTERIOR BRUTO a precios de mercado</b>	<b>1.062.591</b>	<b>100,00%</b>

<sup>15</sup> Fuente general sección: Invest in Spain – www.invesinspain.org

<sup>16</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

<sup>17</sup> Fuente: ICEX, INE, perspectivas económicas regionales, FMI.

Para el año 2010 el crecimiento real del PIB fue de -0,1% y se espera que para el año 2011 este alcance un 0,7%.

Forma política de Estado	Monarquía Parlamentaria
Jefe del Estado	El Rey D. Juan Carlos I
Presidente del Gobierno	José Luis Rodríguez Zapatero, desde el 17 de abril de 2004 y reelegido el 9 de marzo de 2008
Partido gobernante	Partido Socialista Obrero Español (PSOE)
Cortes Generales	Congreso de los Diputados (350 miembros) y Senado (259 miembros)

España es, desde 1978, una democracia cuya máxima representación es la Corona Española. La Constitución Española (1978) es la norma fundamental de organización política de la nación española y consagra el principio de separación de los poderes del Estado en tres: Legislativo, Ejecutivo y Judicial. El poder legislativo corresponde a las Cortes Generales que, además, ejercen control sobre la acción del Gobierno (poder ejecutivo) y aprueban los Presupuestos del Estado. Están compuestas por dos cámaras: Congreso de los Diputados y Senado. El presidente del Gobierno es propuesto por el Rey y elegido tras la renovación de las Cortes. El Tribunal Constitucional es el encargado de velar por la constitucionalidad de las leyes y de resolver los conflictos que se planteen entre las Comunidades Autónomas y el Estado. La Constitución de 1978 marcó la ruptura con un modelo de organización territorial centralizado y ha supuesto, en tan solo 20 años, un continuado e importante traspaso de competencias desde la Administración General del Estado en favor de las Comunidades Autónomas que ha convertido a España en uno de los países más descentralizados de Europa.

# V. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES

## Telecomunicaciones:

Los informes que elabora el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, se basan en datos del INE a partir de la encuesta TIC a empresas y señala que cerca del 100% de las grandes empresas tiene ordenador, conexión a Internet y correo electrónico. En cuanto a las microempresas, el informe destaca que 2 de cada 3 tienen teléfono móvil y ordenador en el primer trimestre de 2010.

Los datos indican que en España el 94,3% de las microempresas con acceso a Internet se conectan a través de banda ancha (fija o móvil). El 93,7% se conectan mediante banda ancha fija (ADSL o cable) y el 18,7% mediante banda ancha de telefonía móvil. Por su parte, el 98,7 de las pymes y grandes empresas con Internet tienen banda ancha (un 98,2% fija y un 36,7 % móvil).

- El 97,1% de los hogares con conexión a Internet se conecta a través de Banda Ancha.
- El número de internautas en España en 2010 se sitúa en 27 millones de ciudadanos mayores de 10 años.
- En el Comercio Electrónico B2C las ventas alcanzan los 9.100 millones de euros en 2010, un 17,3% más que el año anterior. El volumen de compradores asciende hasta los 10,9 millones.
- El 99% de los procedimientos de las Administraciones Públicas a finales de 2010 ya eran totalmente accesibles on-line.
- Uno de los equipos tecnológicos más frecuentes en los hogares españoles en los que reside algún miembro de 15 años o más durante el tercer trimestre de 2010 es el ordenador, presente en el 68% de los hogares (el 70% de los hogares con algún miembro de 16 a 74 años, según el Instituto Nacional de Estadística). Se mantiene la tendencia de crecimiento interanual, con un aumento de 3 puntos porcentuales en los últimos doce meses.

Infraestructura Hotelera:

Oferta Turística de Alojamientos:  
Establecimientos y Plazas  
2010<sup>18</sup>

	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas
	Datos absolutos		Datos absolutos	
Acampamentos	1.222	763.917	-0,9	-0,8
Apartamentos	168.971	601.485	0,4	2,6
Hoteles y similares	18.598	1.781.935	1,5	2,8
Alojamientos turismo rural	16.579	151.769	5,1	5,2
TOTAL	205.370	3.299.106	6,1	2

Principales Grupos de Empresas Sector Hotelero  
2009

Grupos	Ventas millones de €	Plantilla Nº empleados
NH Hoteles	1.209,75	13.907
Sol Meliá	1.148,65	18.367
Riusa II	1.090*	21.500
Marina Dor	462,40*	3.002
Ac Hoteles	181,53	2.137
Grupo Husa	165,78*	2.150
Catalonia Hotels	157,78	4.440
Promotafe Grupo Dunas	102,18*	1.169
Grupo Empresas Alonso Mari	60,25*	711
High Tech Hotels & Resorts	45,40*	-

Fuente: Ranking 5.000 mayores empresas españolas. (Actualidad Económica, Diciembre 2010)  
\*Resultados 2008

<sup>18</sup> Fuente: Directorio de alojamientos turísticos (INE).

Infraestructura aérea:

Principales Empresas Sector Líneas Aéreas  
2009

Grupos	Ventas millones de €	Plantilla Nº empleados
Iberia Líneas Aéreas de España	4.212	20.671
Spanair	<b>1.099,48*</b>	<b>2.045</b>
Air Nostrum Líneas Aéreas del mediterráneo	677,41*	1.758
Vueling Airlines	597,96	1.150
Binter Canarias	145,15*	228
Swiftair	122,74	346
Pullmantur Air	103,71*	166
Naysa	82,2	220
Gestair	66,83*	243
Audeli	56,16*	183

Fuente: Ranking 5.000 mayores empresas españolas. (Actualidad Económica, Diciembre 2010)  
\*Resultados 2008

De acuerdo al ranking elaborado por Travelranking de la Revista Agenttravel<sup>19</sup> para un 31% de los profesionales de las agencias encuestadas, la compañía española Iberia es la mejor en las rutas de América del sur, por delante de LAN (16%); Aerolíneas Argentinas (13%) y Avianca (9%).

Mejor Aerolínea en las  
Rutas de América del Sur

Compañía	%
Iberia	40
LAN	24
Avianca	9
Aerolíneas Argentinas	2
Otras	5
Ns/ncd	20

Existen a través de las aerolíneas LAN, Iberia y British Airways (fusión con Iberia) vuelos directos a Santiago de Chile desde Madrid.

<sup>19</sup> Agenttravel: 309 año XXV- mayo 2011

# VI. POLÍTICA NACIONAL SOBRE TURISMO

## Plan de Turismo 2020<sup>20</sup>

Implementado por el Ministerio de Industria Turismo y Comercio, el objetivo del Plan del Turismo Español Horizonte 2020 es fundamentar el desarrollo turístico español en un modelo global competitivo y sostenible, dando respuesta a los siguientes retos en el medio y largo plazo:

- a) Conseguir un posicionamiento diferencial de la oferta ante el desarrollo de multitud de destinos.
- b) Mejorar la rentabilidad ampliando el impacto económico y social del turismo mediante la extensión geográfica y estacional.
- c) Desarrollar modelos de negocio sostenibles en el uso de los recursos del entorno y su contribución a la integración social (371.000 inmigrantes empleados equivalentes al 17,9% de los inmigrantes ocupados en España).
- d) Mejorar la productividad.
- e) Alcanzar un mayor grado de innovación.

La realización del Plan del Turismo Español Horizonte 2020 tiene como objetivos:

- a) Revalorizar el sistema turístico español en clave de sostenibilidad, fortaleciendo la calidad, eficacia y eficiencia teniendo en cuenta la capacidad de carga ambiental.
- b) Mejorar el modelo de gestión de las personas en el sector, atrayendo y conservando el talento para obtener un mejor posicionamiento frente a destinos competidores.
- c) Aumentar la competitividad del turismo español sumando esfuerzos en torno a una promoción y comercialización diferencial, especializada y rentable.
- d) Generar y difundir el mayor y mejor conocimiento útil para la toma de decisiones por parte de los agentes del turismo español.
- e) Mejorar el rendimiento económico del turismo español aumentando el valor de los productos ofertados, adaptados a cada cliente y con personalidad propia.
- f) Crear las mejores condiciones para el desarrollo de la actividad turística, las infraestructuras, el marco económico, legislativo, y fiscal, así como los instrumentos de gestión y relación de los agentes públicos y privados.
- g) Incorporar la innovación como elemento diferencial de los negocios, los productos y los destinos turísticos, creando una nueva cultura de la innovación característica del turismo español en el mundo.

<sup>20</sup> Fuente: <http://www.turismo2020.es>

# VII. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO

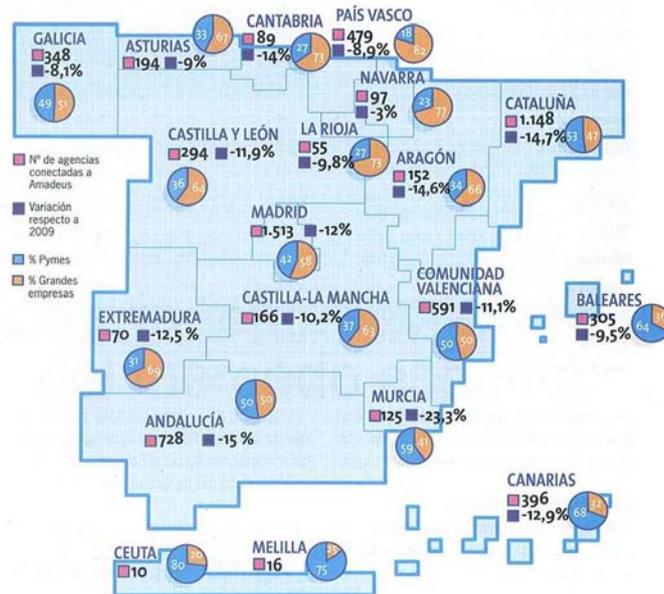
Número de Agencias de Viajes y Tour Operadores<sup>6</sup>

2007	2008	2009	2010
59.821	60.203	57.707	54.163

El número de agencias de viajes conectadas al sistema de reservas de Amadeus en España descendió un 12,4% durante el 2010, quedando 6.776 oficinas (960 menos del anterior período). Esta baja ha sido en gran parte debido al cierre del Grupo Marsans y la necesidad de un ajuste en el sector, apuntando según la revista SAVIA<sup>21</sup> a una tendencia a la estabilización en el parque de agencias en el 2011.

La evolución y distribución por comunidades autónomas, se muestra en la gráfica siguiente, siendo Madrid la que contabilizó más bajas durante el año, un total de 207, le siguen Cataluña, que registró 199 oficinas menos y luego Andalucía con 129 menos.

Cabe mencionar que el 45,5% de las empresas que opera en este sector son Pymes (unas 3.000).



<sup>21</sup> SAVIA, época IV, nº 88 mayo 2011. Revista mensual de tirada promedio 16.053 ejemplares.

Tras las caídas de 2009, en 2010 las grandes redes volvieron a crecer. Por su parte, las online aumentaron aún más sus ventas. Según el Ranking HOSTELTUR<sup>22</sup> de Agencias de Viajes en el top ten de las agencias españolas las online ya ocupan cuatro puestos.

**Ranking HOSTELTUR de Grandes Agencias de Viajes  
Presenciales y Online**

AGENCIA	Facturación MM de Euros		Dif. %
	2010	2009	09-10
Viajes El Corte Inglés*	2.250	2.20	12
Viajes Halcón-Ecuador	1.230	1.190	3
eDreams*	975	650	50
Viajes Iberia	833	692	20
Carison Wagonit Travel	495	479	3
Barceló Viajes	490	452	8
Rumbo	485	440	10
Viajes Eroski	219	210	4
Logitravel	200	91	120
Atrapalo	185	170	10
<b>TOTAL</b>	<b>7.362</b>	<b>6.394</b>	<b>15</b>

\*Previsiones

**Ranking HOSTELTUR de  
Grandes Redes de Agencias de Viajes**

AGENCIA	Facturación MM de Euros		Dif. %	Nº de Oficinas
	2010	2009	09-10	
Viajes El Corte Inglés*	2.250	2.020	12	510
Viajes Halcón-Ecuador	1.230	1.190	3	1.400
Viajes Iberia	833	692	20	900
Carison Wagonit Travel	495	479	3	132
Barceló Viajes	490	452	8	480
Viajes Eroski	219	210	4	241
<b>TOTAL</b>	<b>5.517</b>	<b>5.043</b>	<b>9</b>	<b>3.663</b>

\* VECI 2010, previsiones

<sup>22</sup> Hosteltur: Revista especializada en turismo y hostelería en papel y digital. Nº 206 - junio 2011.

Promedio Difusión papel 12.830 - Período Julio-2009 / Junio-2010. [www.hosteltur.com](http://www.hosteltur.com).

**Ranking HOSTELTUR**  
**Mayoristas más vendidas para América del sur**

AGENCIA	Fact. 2010
Travelplan	15%
Viva Tours	13%
Catai Tours	11%
Otras	41%
NS/NC	20%

- **Promociones: Ferias**

Chile lleva más de 22 años participando en la Feria FITUR, siendo uno de los referentes nacionales españoles e internacionales dentro de las ferias de turismo. Se ha posicionado entre los imperdibles eventos para los países que realizan promoción turística. Prácticamente todos los destinos latinoamericanos están presentes y todos ellos llevan a cabo acciones para mostrar la cultura y productos del país asociados a sus destinos de cara al público profesional y final.

En la pasada edición 2011 (enero), confirmando la tendencia de recuperación de la industria turística, participaron 10.434 empresas expositoras de 166 países / regiones y 209.260 visitantes, entre profesionales y público. Asimismo, entre los datos de participación hay que destacar la presencia de 7.726 periodistas, procedentes de 59 países, una expectación que evidencia la importancia de FITUR en el circuito internacional de ferias del sector.

El stand de Chile en FITUR 2011, con sus 194 m<sup>2</sup>, con 17 expositores (empresas e instituciones públicas) teniendo por objetivo la promoción general del país. Ésta promoción se canaliza en las cinco temáticas escogidas estratégicamente en el plan de marketing de Turismo Chile: Desierto de Atacama, Isla de Pascua, Santiago y Alrededores, Lagos y Volcanes; y Patagonia.

Se recomienda para la participación en FITUR 2012 pensar en acciones dinámicas, lúdicas y atractivas en torno al stand de Chile con el fin de atraer a los visitantes a de la feria, aprovechando y potenciando la positiva imagen país. El mercado turístico exige continuos cambios y una potente estrategia de marketing internacional para adaptarse mejor a la demanda.

- **Principales Ferias del Sector en España**

- FITUR** : Feria Internacional de Turismo  
Ifema Madrid – 18-22 de enero de 2012.
- EIBTM** : Feria de turismo profesional, incentivos, eventos, viajes de negocios y congresos de Barcelona.  
Fira de Barcelona – 29 de noviembre al 01 de diciembre de 2011.
- SITC** : Salón Internacional de Turismo en Cataluña  
Fira de Barcelona - 19 al 22 de abril de 2012.
- HOSTELCO** : Salón Internacional del Equipamiento para la Restauración, Hotelería y Colectividades  
Fira de Barcelona – fecha no confirmada, feria bianual, última edición 05 al 09 de Noviembre de 2010.

## VIII. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL MERCADO

Cabe mencionar que la economía española cerró el 2010 con una caída del 0,2 %. Según las proyecciones, sujetas a continuas revisiones, se crecerá un 0,9%<sup>23</sup> este año y el 2012 1,9%, lo que indica que esta crisis perdurará con bajas tasas de crecimiento por un tiempo, lo que explica las tendencias de consumo que están marcando el año 2011:

- Obsesión por el “value for money” (relación precio/calidad)
- El regreso del paquete turístico y el todo incluido: ya que los viajeros saben lo que gastarán y pueden controlar su presupuesto.
- Precios para volar : 1<sup>er</sup> factor para la decisión de compra
- Más demanda de cruceros y larga distancia
- Medio ambiente en segundo plano relativo : si bien es cierto que existe una mayor conciencia por el tema en estos momentos de crisis económica el cliente lo relega a un 2do plano mostrando mayor interés por conseguir un buen precio

---

<sup>23</sup> Situación en España: Fuente BBVA

El alto nivel alcanzado en las relaciones entre Chile y España, se manifiesta tanto en el intenso intercambio de visitas del más alto nivel, así como en la estrecha cooperación bilateral en los ámbitos parlamentario, de la defensa, las relaciones económico- comerciales, empresariales, la cultura y la cooperación.

Para el ingreso a Chile de los turistas españoles, estos no necesitan visa, para estancias de hasta 90 días si se cuenta con billete de regreso. Así mismo está permitido en Chile conducir con la licencia española en estancias de turismo, requisitos que facilitan la llegada y estancia del turista español.

## IX. CONTACTOS RELEVANTES (ASOCIACIONES, CÁMARAS DE COMERCIO, ETC.)

Asociaciones y organismos asociados al sector

- IET : Instituto de Estudios Turísticos
- Exceltur : Alianza para la Excelencia Turística
- ICTE : Instituto para la Calidad Turística Española
- CEHAT : Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos
- ITH : Instituto Tecnológico Hotelero
- FEHR : Federación Española de Hostelería
- FEAHV : Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes
- AEDAVE : Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas
- AECIT : Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo
- GRUJET : Grupo de Investigación en Gestión Turística de ESADE
- Secretaría General de Turismo (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)

## X. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES EN INTERNET.

### Turespaña

Aquí podrá encontrar toda la información acerca del Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) y de la labor que realiza para la promoción exterior del turismo  
<http://www.tourspain.es/>

### Spain Info

El portal oficial del Turismo de España constituye una herramienta única para organizar su viaje  
<http://www.spain.info/>

### Instituto de Estudios Turísticos

El Instituto de Estudios Turísticos le ofrece todas las cifras estadísticas del sector  
<http://www.iet.tourspain.es/>

### Organización Mundial del Turismo

Web de la Organización Mundial del Turismo  
[http://www.unwto.org/index\\_s.php](http://www.unwto.org/index_s.php)

### Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

Web con toda la información sobre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio  
<http://www.mityc.es/>

### Federación Española de Agencias de Viajes

Página de la Federación Española de Agencias de Viajes  
<http://www.feaav.org>

### Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

Página web de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos  
<http://www.cehat.com>

### Federación Estatal de Trabajadores de Comercio, Hostelería-Turismo y Juego

Página web de la Federación Estatal de Trabajadores de Comercio, Hostelería-Turismo y Juego  
<http://www.chjgt.com>

Instituto para la Calidad Turística Española  
Página web del Instituto para la Calidad Turística Española  
<http://www.calidadturistica.es>

EXCELTUR: Alianza para la Excelencia Turística  
Página web de EXCELTUR: Alianza para la Excelencia Turística  
<http://www.exceltur.org>

Asociación de Ferias Españolas  
Página web de la Asociación de Ferias Españolas  
<http://www.afe.es>

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía  
Página web de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía.  
<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/>